

To cite this article:

Vicente-Salar, R.; Pallares-Barbera M.; Vera-Martin, A. (2018). De clústeres a microclústeres: coworkings como nuevos espacios económicos en el Distrito Textil de Trafalgar en Barcelona. In: M. Pilar Alonso Logroño, Teresa Sá Marques & Helder Santos (Coord.), *VIII Jornadas de Geografía Económica: La Geografía de las Redes Económicas Y la Geografía Económica en Rede*, Livro de Atas, Porto, Asociación de Geógrafos Españoles: 101-110.

De clústeres a microclústeres: coworkings como nuevos espacios económicos en el Distrito Textil de Trafalgar en Barcelona

R. Vicente-Salar (a), M. Pallares-Barbera (a)(b), A. Vera-Martin (a)(c)

(a) Departament Geografia, Universitat Autònoma de Barcelona, rafael.vicente@uab.cat

(b) Montserrat.pallares@uab.cat

(c) Ana.vera@uab.cat

Resumen

El objetivo de la comunicación es analizar el papel de las economías externas en la evolución productiva del Distrito Textil de Trafalgar (DTT). A lo largo del siglo XX, el DTT albergaba empresas relacionadas con el textil configurándose un clúster. Actualmente, el clúster textil prácticamente ha desaparecido dando lugar a microclústeres creativos y del conocimiento a través de la aparición de los coworkings (CWs). La metodología se enmarca dentro del análisis estadístico espacial y de entrevistas en profundidad. Los resultados muestran que, desde el siglo XX hasta la actualidad, la evolución en la naturaleza de las economías externas que ofrece Barcelona y, particularmente, el DTT está fomentando la evolución productiva del distrito. Consecuentemente, el DTT se considera, actualmente, un espacio económico en transición donde reminiscencias del clúster textil y un número creciente de CWs cohabitan en un mismo espacio urbano.

Palabras claves: economías externas, coworkings, microclústeres, estadística espacial, Distrito Textil de Trafalgar, Barcelona.

1. INTRODUCCIÓN

En la segunda década del siglo XXI, la crisis financiera ha provocado un cambio profundo en las estructuras económicas de las ciudades reconfigurándose nuevos espacios económicos. El cambio hacia una nueva economía basada en el conocimiento y/o en la creatividad se posiciona para alcanzar un desarrollo económico local capaz de situar a las ciudades en las primeras posiciones en la jerarquía de ciudades globales (Sassen, 2001). Este proceso conlleva una atracción de capital financiero, de pequeñas y medianas empresas (SMEs) y de trabajadores altamente cualificados (*creative class*) (Florida, 2004). La concentración urbana de este tipo de empresas hace surgir nuevos espacios económicos, en forma de clústeres creativos o del conocimiento (Hutton, 2006; Jayne, 2004). La economía creativa es aquella que enmarca "industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y el talento individual y que tienen un potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual" (DCMS, 2001: 5). Profundizando en las características de la economía creativa, ésta se basa en actividades intensivas en conocimiento, en la mercantilización de la cultura y en

recursos humanos altamente cualificados (Méndez *et al*, 2012). Así, en la configuración de clústeres de base creativa el papel de las economías externas (Marshall, 1890) es importante como fuerzas centripetas en la atracción y aglomeración de empresas.

Paralelamente, la reconfiguración del mercado de trabajo, el creciente uso de las TICs y el aumento de los flujos económicos globales provoca una fragmentación de la cadena de valor añadido aumentando el número de empresas unipersonales (*freelances*) basadas en el conocimiento y la creatividad que utilizan espacios "coworking" (CW) (Capdevila, 2013; Gerdenitsch, *et al*, 2016; Mariotti, *et al*, 2017; Merkel, 2015; Parrino, 2015). Un CW se define como:

"un espacio compartido por diferentes tipos de profesionales del conocimiento, la mayoría freelances, que trabajan en varios campos dentro del vasto dominio de la industria del conocimiento. Concebido como un espacio donde se alquilan instalaciones como una mesa y una conexión wifi" (Gandini, 2015: 194).

Los CWs funcionan en su estructura interna como microclústeres (Capdevila, 2013) donde la aglomeración y las economías de clúster son facto-

res determinantes para su desarrollo. Esta comunicación se centra en el estudio de estos determinantes de localización -la transición productiva de espacios urbanos centrales y la influencia de las economías externas- donde la literatura sobre el tema ha dejado un vacío epistemológico.

El artículo se centra en el Distrito Textil de Trafalgar (DTT) (Barcelona) en el que desde principios del siglo XX se han concentrado las sedes sociales de la manufactura textil, el comercio mayorista y talleres de confección configurándose un clúster textil. Desde mediados del siglo XX, shocks externos a los diversos sectores, como la competencia de países de bajo coste de mano de obra o el cambio de ordenanzas locales sectoriales; e internos, como la desaparición de continuidad empresarial familiar o la inexistencia de una cooperación transversal en el distrito entre las diferentes actividades relacionadas con el textil ha provocado la progresiva disolución del clúster. Este proceso ha creado espacios empresariales vacíos (locales y oficinas) que están siendo ocupados por empresas del conocimiento y la creatividad o transformados en CWs. La pregunta de investigación se fundamenta sobre si las economías externas, que ya fueron importantes como determinantes competitivos del clúster textil tradicional, constituyen factores de la creación de microclústeres; y hasta qué punto la "atmósfera industrial" (Marshall, 1890), como externalidad positiva, ha influenciado el surgimiento de microclústeres con funciones de terciario avanzado.

2. DE CLÚSTERES A MICROCLÚSTERES URBANOS. LAS ECONOMÍAS EXTERNAS EN LA TRANSFORMACIÓN DE ESPACIOS ECONÓMICOS URBANOS

El factor aglomeración que proporciona la ciudad ha sido el determinante de localización de la actividad económica (Colby, 1933; Porter, 1995). Desde principios del siglo XX, actividades manufactureras se han concentrado en las ciudades beneficiándose de economías externas (Marshall, 1890). Factores tales como un importante mercado de consumo y de trabajo, la concentración de servicios especializados o la existencia de una red de transportes actuaban de fuerza centrípeta en la atracción de empresas industriales. En el siglo XXI, la importancia de las empresas basadas en el conocimiento y en la creatividad conlleva a las ciudades a desarrollar valores y recursos alternativos para atraerlas. Éstos pueden clasificarse entre *hard factors* y *soft factors* (Musterd, et al, 2007). Entre los

hard factors se encuentran aquellos relacionados con la existencia de servicios públicos de calidad, accesibilidad, redes institucionales de apoyo a la innovación, políticas orientadas a la educación, vivienda y ocio, etc. (Comunian et al, 2010; Gong y Hassink, 2017; Heebels y Van Aalst, 2010). Por otro lado, los *soft factors* hacen referencia a aquellos elementos más "intangibles" y relacionados con las características culturales, de estilo de vida e, incluso, históricas de las ciudades (Lazzeretti et al, 2012). Así, profesionales altamente cualificados son atraídos hacia ciudades abiertas, cosmopolitas y tolerantes. Este grupo social es lo que se conoce como la *creative class* (clase creativa) (Florida, 2004).

Las economías externas surgen de la concentración territorial de bienes y servicios urbanos y de la aglomeración de empresas en espacios específicos. Los beneficios relacionados con las economías externas resultan en la reducción de los costes de producción en base a

"la explotación de un capital fijo social, la indivisibilidad en el suministro de bienes o servicios y la creación de efectos de sinergia que se manifiestan en una mejora de la eficiencia conjunta de la producción" (Camagni, 2005:32).

Las economías externas se clasifican en economías de urbanización y de localización. Las primeras están directamente relacionadas con el tamaño de las ciudades y hacen referencia a la utilización indivisible de activos urbanos tales como infraestructuras de transporte y comunicación, mercados heterogéneos de demanda, concentración de mano de obra o la presencia de servicios especializados. Las segundas surgen de la co-localización de empresas del mismo sector o complementarias resultando en una disminución de los costes de información y producción debido a la proximidad entre ellas (Hoover, 1963). La concentración de empresas de un mismo sector en espacios urbanos específicos conlleva la configuración de clústeres urbanos. Un clúster se define como la

"concentración geográfica de empresas interconectadas, proveedores de servicios especializados, empresas relacionadas dentro de una misma industria e instituciones asociadas en un campo particular que compiten y colaboran (...) dentro de una economía nacional, regional o incluso metropolitana" (Porter, 2000: 15)

Las relaciones entre empresas dentro de un clúster estimula la creación de flujos de conocimiento, información y confianza reduciéndose los costes de transacción (Bathelt *et al*, 2004). La flexibilidad de dichas relaciones ante shocks internos y externos señala la capacidad de respuesta negativa o positiva de los clústeres y, consecuentemente, su evolución económica y espacial (Crespo, 2014). En economías occidentales, la desaparición de clústeres dedicados a actividades en sectores tradicionales (textil, por ejemplo) ha conllevado la aparición de zonas urbanas deprimidas. La entrada de empresas de mayor valor añadido basadas en la creatividad y el conocimiento conlleva la revitalización económica de dichos espacios (Dot, 2015; Hutton, 2006; Pratt, 2009). En este proceso subyace la evolución de las economías externas y la relación entre la competencia por el suelo y la competitividad de las empresas reflejándose en una gentrificación productiva (Dot, 2015).

Tras la crisis financiera del 2008, los espacios económicos creativos y del conocimiento están experimentando una reducción en sus dimensiones físicas. La excesiva flexibilización del mercado de trabajo junto con el creciente uso de las TICs y la intensificación de los flujos económicos globales ha provocado la aparición de los *third places* y, específicamente, los CWs. Los *third places* (Brown, 2017) son espacios informales donde se entrelazan actividades de ocio y trabajo –cafeterías, bibliotecas, etc. – siendo ocupados por *freelances*. Sin embargo, en algunas ocasiones estos espacios informales no ofrecen oportunidades para desarrollar redes económicas y sociales. Para solucionar esta deficiencia, los CWs se presentan como espacios idóneos donde profesionales especializados dentro de la industria del conocimiento y la creatividad comparten un mismo espacio con el fin de interrelacionarse y crear sinergias (Gandini, 2015). Los CWs son considerados como microclústeres (Capdevila, 2013). La concentración de profesionales creativos y del conocimiento en CWs configura flujos de información, conocimiento y confianza a través de la proximidad entre ellos conformando un sentimiento de pertenencia a una “comunidad” (Garrett *et al*, 2017). Los CWs a través de la concentración de trabajadores enmarcados dentro de la *creative class*, pueden actuar como actores en la revitalización de espacios urbanos deprimidos donde las rentas del suelo son más bajas. Sin embargo, los CWs también se localizan en zonas urbanas centrales para aprovechar de manera más notoria las economías externas tales

como infraestructuras intra-urbanas, servicios de ocio (restauración, comercio minorista y especializado), la proximidad a trabajadores altamente cualificados o a otras empresas de alto valor añadido (Mariotti *et al*, 2017).

3. METODOLOGÍA

3.1 Datos

Los datos son cuantitativos y cualitativos. Los datos cuantitativos se han recogido a través de tres fuentes de información. En primer lugar, el trabajo de campo permitió recopilar el número y tipo de empresas localizadas en el DTT. En segundo lugar, el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos¹ (SABI) proporcionó la localización de empresas creativas y del conocimiento. SABI proporciona información precisa aunque su grado de actualización es discutible (Vicente-Salar, *et al*, 2018). A pesar de ello, SABI proporciona 10681 empresas siendo suficientes para extraer conclusiones. Las actividades creativas y del conocimiento seleccionadas corresponden a la clasificación facilitada por UNCTAD (2008) y Eurostat². Los años escogidos corresponden a la última actualización de empresas en el 2015 y el 2016. En el caso de los CWs, los datos se han extraído de los portales webs coworkingspain.es y comunidadcoworking.es. Se han podido geolocalizar 110 CWs en Barcelona. Las empresas geolocalizadas se han integrado en un grid de una hectárea.

En cuanto a los datos cualitativos, se han realizado entrevistas en profundidad a empresas textiles, asociaciones de vecinos y a dos importantes coworkings en el DTT durante el 2014 y 2018 (Tabla 1).

3.2 Métodos

3.2.1 Métodos cuantitativos

Para analizar la concentración de CWs en Barcelona y su relación espacial con la actividad creativa y del conocimiento se ha aplicado dos índices estadísticos enmarcados dentro del análisis clúster y, más concretamente, de la autocorrelación espacial. Son el Global Moran's I y el Local Moran's I. El Global Moran's I indica el grado de concentración espacial de una variable a través de un índice que oscila entre -1 (autocorrelación espacial negativa) y 1 (autocorrelación espacial positi-

¹ SABI es una fuente estadística realizada por las empresas Informa D&B y Bureau Van Dijk.

² [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Knowledge-intensive_services_\(KIS\)](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Knowledge-intensive_services_(KIS))

Tabla 1 - Entrevistas realizadas

Empresa	Actividad económica
E1	Productor y mayorista textil (empresa extinguida)
E2	Mayorista de ropa de hogar y ropa confeccionada
E3	Intermediario de moda
E4	Mayorista de pronto moda y confeccionista
E5	Mayorista de pronto moda
E6	Sastrería
E7	Asociación de vecinos
E8	Coworking 1
E9	Coworking 2

va) siendo el valor nulo una distribución aleatoria de la variable. Por otra parte, el Local Moran's I desagrega el resultado del Global Moran's I a nivel de la unidad de análisis, en este caso celdas de una hectárea. Los índices Global Moran's I (1) y Local Moran's I (2) se definen como, (Anselin, 1995)

$$I = \left(\frac{n}{S_0} \right) \frac{\sum_i \sum_j w_{ij} z_i z_j}{\sum_i z_i^2} \quad (1)$$

$$I_i = z_i \sum_j w_{ij} z_j \quad (2)$$

Siendo n el número de observaciones, S_0 la suma de todos los pesos espaciales, w valor del peso (1=adyacente; 0= no adyacente), z_i valor de la variable de la unidad de análisis y z_j el valor de la media.

Respecto a la representación de los resultados, el *scatter plot* permite visualizar el resultado del Global Moran's I a través de cuatro cuadrantes. El cuadrante superior derecha (*high-high*) representa la concentración de valores altos, mientras que el cuadrante inferior izquierda (*low-low*) los valores bajos. Los cuadrantes superior izquierda (*high-low*) e inferior derecha (*low-high*) representan aquellos valores que se alejan de la media, es decir, los *outliers*. El caso del Local Moran's I, el software GeoDa permite visualizar cartográficamente los resultados obtenidos teniendo en cuenta criterios de contigüidad. El criterio queen tiene en cuenta todas las unidades vecinas alrededor de la unidad de análisis. A través de este criterio se visualiza la concentración de valores altos (*high-high*), valores bajos (*low-low*), *outliers* (*High-Low* y *Low-High*) y valores no significativos. Se ha aplicado un nivel de confianza del 99,9% (p-valor = 0,01%).

3.2.2 Métodos cualitativos

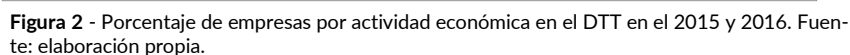
En cuanto a los métodos cualitativos, la elección de los entrevistados en relación al textil se realizó a través de una búsqueda en internet de la importancia de los mismos en el clúster. En relación a los CWs, los dos escogidos fueron los únicos que aceptaron las entrevistas de todos los que se localizan en el DTT. Las entrevistas en profundidad duraron aproximadamente una hora, fueron grabadas y transcritas.

4. EL DISTRITO TEXTIL DE TRAFALGAR: DE ECONOMÍA INDUSTRIAL A NUEVA ECONOMÍA

Desde el siglo XIX, la concentración económica de fábricas y, posteriormente, de despachos y almacenes textiles en el barrio de Sant Pere, en la ciudad amurallada, configuró una "atmósfera industrial". A partir de la segunda mitad del siglo XIX, la falta de espacio urbano y la alta densidad de residentes y empresas en el barrio provocaron la aparición de deseconomías de escala. La expansión urbanística de Barcelona fuera de las murallas a través del proyecto urbano del Eixample diseñado por Ildefons Cerdà (1860) estimuló la oportunidad de localizarse en nuevos espacios urbanos. El desplazamiento, en primer lugar, de despachos industriales textiles a zonas adyacentes a Sant Pere fue el inicio de la configuración del DTT (Figura 1). La proximidad a infraestructuras de transporte (puerto y ferrocarril) y al CBD (Colell i Vidal, 1989) conllevó considerar al DTT como un espacio urbano central. A partir de la mitad del siglo XX, juntamente con los despachos se localizaron mayoristas textiles y de ropa confeccionada con el

A través de trabajo de campo se ha podido observar que aquellos espacios anteriormente dedicados al comercio mayorista están siendo ocupados por empresas creativas y del conocimiento o de consumo especializado (diseño de interiores, programación audiovisual, galerías de arte, restauración, etc.) Este proceso es un síntoma del cambio econó-

Durante los años 2015 y 2016, el DTT ha experimentado un crecimiento de actividades relacionadas con el conocimiento y la creatividad alcanzando el 27,51% y el 14,13% del total de empresas, respectivamente (Figura 2). Paralelamente, actividades relacionadas con el turismo (alojamientos) y la restauración comprenden el 24,68%. Sin embargo, el porcentaje de empresas mayoristas de ropa y de confección de prendas de vestir ha disminuido hasta el 7,83% en el 2016.



4.1.1 El clúster textil del DTT

La continua concentración de despachos textiles en el DTT en la primera mitad del siglo XX se beneficiaba de las economías de urbanización a través de la proximidad a infraestructuras de transporte y a servicios especializados. El puerto y el ferrocarril eran indispensables para la importación de algodón, su transporte a las colonias textiles localizadas en las cuencas hidrográficas y la posterior exportación de productos manufacturados: *“El tren bajaba directo de la estación de Granollers. La mercancía venía en sacos grandes, pues te la dejaban en la Estació de França. Allí había una carrera de carros y la distribuían a los almacenes nuestros.”* (E1). Por otro parte, Colell i Vidal (1989) señala las especializaciones espaciales de Barcelona a finales del siglo XIX destacando el mercado de valores en el distrito de la Lonja (sur del barrio Gótico), abogados y procuradores en el distrito de la Audiencia (norte del barrio Gótico) y comerciantes y transportistas en el distrito del Borne (sur del barrio de Sant Pere). La proximidad a concentraciones de servicios especializados y centros de negocios conllevó que el DTT se considerara un espacio económico de primer orden.

Por otro lado, las empresas se beneficiaban de las economías de localización a través de la proximidad entre ellas configurándose una red económica y social: *“Nosotros íbamos cara a cara. Yo salía a buscar género porque en aquella fecha (en la década de los cincuenta) lo que escaseaba era el género. Entonces yo salía a dar una vuelta y venía aquí al lado, iba a Bertrand Serra...”* (E2); *“Estos eran 4 pisos grandes [el lugar donde se hizo la entrevista]. Aquí estaban las máquinas, las mujeres cosiendo. Entonces los mayoristas estaban aquí abajo. Si decían que querían unos tejanos o camisetas, aquí lo hacían y en una semana te lo bajaban abajo para vender”* (E3). Actualmente, a pesar de la escasa presencia de empresas mayoristas y confeccionistas, su localización en el DTT permite todavía beneficiarse de la presencia de economías externas: *“Lo que pasa es que la gente le va cómodo por el tema del metro, están los ferrocarriles, los autobuses, gente que viene en avión viene al centro... esto nos ayuda”* (E4); *“Los complementos que necesito para la confección de la ropa, los compro en la mercería de aquí al lado, en Castelltort”* (E6).

4.1.2 Evolución de la estructura productiva del DTT. Los CWs como objeto de análisis

El creciente aumento de CWs en el DTT es

consecuencia de varios factores. En primer lugar, el número de locales de grandes dimensiones y diáfanos. La disipación del clúster textil ha provocado que locales dedicados anteriormente a funciones de almacenaje y comercio mayorista sean ocupados actualmente por CWs. Por otra parte, existen también CWs que han aprovechado edificios vacíos antiguamente destinados a juzgados sociales para ocupar plantas enteras como el caso de Aticco o Cloud Coworking.

En segundo lugar, la centralidad urbana permite a los CWs beneficiarse de economías de urbanización específicas del DTT relacionadas con la calidad de vida tales como la disponibilidad de espacio público, movilidad intra-urbana y metropolitana y la proximidad a espacios de consumo, entre otros: *“Passeig Sant Joan se ha reurbanizado: carril bus, un carril de coches, carril bici, aceras enormes con un porcentaje de verde muy importante, parques infantiles, etc. (...) el Parque de la Ciutadella está ahí, en un momento, en Gran Vía todos los buses que quieras, el metro tienes la L3, la L4, la L1, tienes tren y ferrocarriles. Y si quieres pasar una noche tranquila tienes el Born. Y tienes la plaza de la Iglesia [Plaça Santa Maria] que antes no había nada (...) Es una zona brutal para vivir.”* (E9); *“(...) con los coworkers nos vamos de cervezas por la zona o vamos a algún evento... a veces en Arc del Triumf pasan cosas (...) Yo hago vida aquí. Tengo el tren aquí al lado que te lleva a Molins de Rei y eso me ha facilitado mucho”* (E8). En tercer lugar, la creación de proyectos comunitarios evidencia la importancia de las economías de localización del distrito. Es el caso de la iniciativa Zona 11. A pesar de que actualmente no está en funcionamiento, Zona 11 se inició en el 2014 a través de la cooperación entre las empresas localizadas en el DTT y el gobierno local. El objetivo era convertir el DTT y alrededores en “la nueva área creativa del Eixample”³. Las empresas vinculadas al proyecto eran CWs (MOB), editoriales, escuelas de teatro, de imagen y sonido y de negocios, empresas enmarcadas dentro de la economía social, entre otras.

5. EL ROL DE LAS ECONOMÍAS EXTERNAS EN LA EVOLUCIÓN PRODUCTIVA DE EL DISTRITO TEXTIL DE TRAFALGAR

La concentración cada vez más exigua de empresas mayoristas es una reminiscencia del antiguo clúster textil y, consecuentemente, de la importancia de las economías externas industriales que sub-

³ http://ajuntament.barcelona.cat/eixample/sites/default/files/documentacio/zona_11.pdf

yacían en el distrito. Por otro lado, el continuo crecimiento del número de CWs en el DTT (actualmente cinco) demuestran un cambio no sólo en las economías externas que el distrito ofrece, sino también en la política económica de Barcelona a través del fomento de mecanismos que apoyan la innovación y la atracción de empresas de servicios avanzados de capital extranjero y nacional.

5.1. Economías externas industriales

El clúster textil del DTT se configuró a través de economías externas de naturaleza industrial. La desfragmentación de las empresas textiles conllevó la consideración de varios espacios óptimos para cada función empresarial. En el caso de las funciones productivas, las cuencas hidrográficas ofrecían la proximidad a fuentes de energía. Por otro lado, para las actividades relacionadas con la gestión y logística, el DTT ofrecía unas economías de urbanización enfocadas al transporte de mercancías y a la vertiente financiera industrial. La proximidad a un espacio de transporte intermodal de mercancías compuesto por el puerto y ferrocarril permitía la disminución de los costes de transporte. Además de ello, también articulaba espacialmente la economía de Barcelona atrayendo instituciones económicas como la bolsa de valores y demás actividades relacionadas. La concentración de este tipo de servicios permitía a las empresas textiles reducir sus costes de información. Por otro lado, la conexión ferroviaria entre el DTT y las colonias textiles en la periferia regional permitía extender el poder de influencia del distrito configurándose un sistema centro-periferia (Scott, 1982). De esta manera, el DTT representaba el centro financiero y logístico del textil en Cataluña, siendo la pieza clave dentro de un clúster multi-escalar. La concentración de empresas textiles en el DTT, permitían a las mismas beneficiarse de economías de localización. Las economías de localización se basaban en la proximidad de empresas que ejercían una función específica dentro de la cadena de valor añadido. La especialización textil del DTT permitía disminuir los costes de producción a través de la intensificación de los flujos de información, conocimiento y confianza: *“El que tenía que comprar hilados sabía que esto se lo quedaba el vecino de al lado que hacía camisas. Era todo un núcleo hasta Ronda de Sant Pedro, hasta Gran Vía.”* (E1). La generación de relaciones económicas entre empresas del sector textil no se creó de manera aleatoria sino que fue herencia de una “atmósfera industrial” histórica. La aparición de deseconomías de escala en Sant Pere a lo largo del siglo XIX produjo que se convirtiera en una zona subóptima. La búsqueda por

parte de las empresas textiles de nuevos espacios óptimos desplazó la “atmósfera industrial” hacia el DTT quedando fuertemente limitada por Gran Vía de les Corts Catalanes y Passeig de Sant Joan actuando como fronteras urbanas.

A finales del siglo XX, el sector con mayor importancia en el DTT era el comercio mayorista. Los despachos de producción textil cerraron por las reestructuraciones industriales o se habían desplazado a la periferia regional. A pesar de la pérdida de elementos del clúster textil, los mayoristas se adaptaron a los cambios expandiendo sus canales de proveedores hacia el extranjero. Consecuentemente, el DTT siguió ejerciendo una fuerza centrípeta como centro textil tan fuerte que el colectivo chino empezó a invertir en el sector y a localizar empresas en el distrito. A pesar de que no existiera relación entre ambos colectivos, las economías de localización permitieron beneficiarse mutuamente a través de la concentración de compradores.

Actualmente, el porcentaje de empresas mayoristas en el DTT está disminuyendo progresivamente debido al cierre de las mismas o al desplazamiento hacia otras zonas metropolitanas como Badalona. La cercanía a infraestructuras de transporte – autovías –, el menor precio de suelo y las menores restricciones para la carga y descarga de productos está convirtiendo a Badalona en un espacio óptimo. Uno de los entrevistados señala como causa de la suboptimización del DTT el desinterés del gobierno local por estimular, proteger y dinamizar el distrito como centro textil a través de fuertes restricciones a la hora de obtener permisos de apertura: *“te obligan a hacer ignifugaciones, salidas de emergencia,... (...) lo hacen para que te vayas fuera de Barcelona”* (E5).

5.2 Economías externas enfocadas a servicios avanzados

El crecimiento en el número de CWs en el DTT resulta de varios factores. En primer lugar, la importancia de las economías de localización del distrito con el fin de configurar redes de innovación, conocimiento e información. La relación espacial entre empresas creativas y del conocimiento y los CWs se refleja en los resultados de la autocorrelación espacial bivariable. El índice Global Moran's I señala que la autocorrelación espacial es positiva aunque muy baja (0,07). A nivel de unidad de análisis (grid de una hectárea), el índice Local Moran's I señala, a través de los mapas de clúster LISA, clústeres de valores altos (*high-high*), principalmente, en tres zonas: el barrio de Gràcia, y en menor grado, el DTT y zonas específicas de Poblenou (Figura 3).

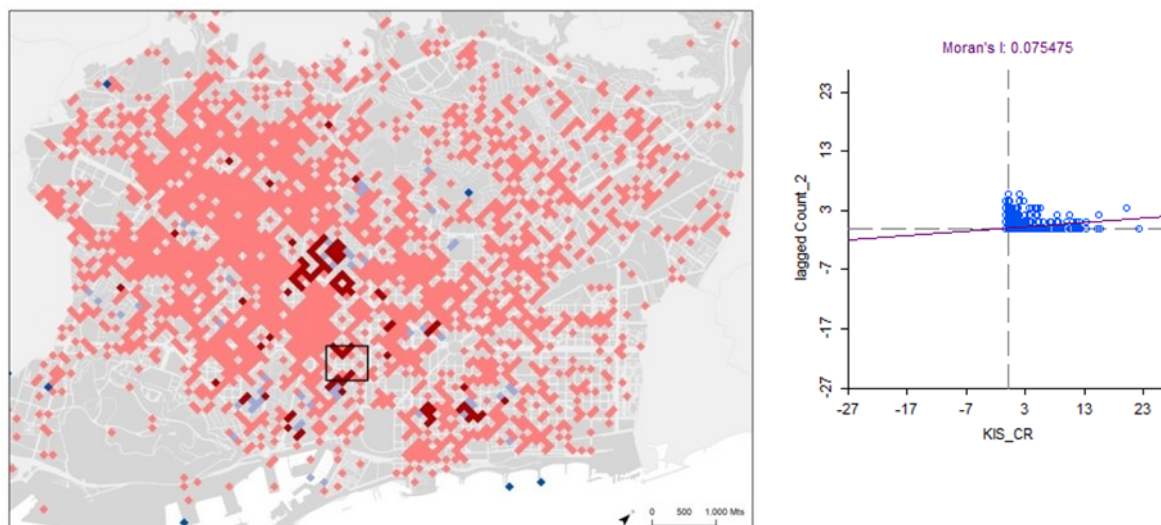


Figura 3 y Gráfico 1 - Izquierda: Mapa cluster del Local Moran's bivariable entre empresas creativas y del conocimiento y CWs; Derecha: Scatterplot del Global Moran's bivariable entre empresas creativas y del conocimiento y CWs.

Dependiendo de cada CWs, éstos pueden actuar como ejes de atracción de trabajadores altamente cualificados a través de los co-workers que forman parte de la comunidad o a través de las diferentes actividades y eventos que organizan para el público:

"Nos contactan emprendedores que tengan algo de fabricación [3D] o del estilo [del co-working] y nosotros les decimos que expongan en la cafetería durante cinco minutos" (CW1).

Así, los CWs son elementos importantes en las economías de localización aprovechados, no solamente por trabajadores locales sino también por trabajadores extranjeros:

"En nuestro caso la proporción de trabajadores extranjeros es cincuenta/cincuenta." (E9);

"El 60% de la gente que hay aquí dentro debe ser de fuera (...) de toda Europa." (E8).

La alta proporción de trabajadores extranjeros se debe a su dificultad en la configuración de redes económicas y sociales en el desarrollo de sus empresas. Para ello, el personal de los CWs, actúa como gestores en la configuración de redes económicas y personales entre los diferentes co-workers con el fin de afianzar el sentimiento de comunidad pero, especialmente, para asesorar y ayudar en el desarrollo de sus empresas:

"Los community builder tienen dos funciones.

Primero, un catalizador de reacciones (...) Por otro lado, aparte de acelerar, también controlas (...) Oye, me han pedido esto. Sé que no es exactamente lo que tú haces pero creo que lo podrías hacer bien. En dos días esa persona factura cinco mil euros" (E9).

En cuanto a las economías de urbanización, los entrevistados señalan la remodelación del *Passeig de Sant Joan* como elemento clave en la transformación del distrito:

"Piensa que lo que ha dinamizado terriblemente el barrio es el Passeig de Sant Joan. La riqueza, el cambio, la transformación, la cantidad de gente (...). Incluso en fin de semana ves que la gente... hay multitudes porque es camino para abajo, para Arc del Triomf. Era la idea del corredor verde." (Associació per un Eixample sostenible).

Este proceso simboliza un cambio en las prioridades del gobierno local entorno al eje urbano y, indirectamente, al DTT con el objetivo de cambiar la imagen de un barrio "industrial", logístico y sobre todo, conflictivo (del Arco, 2007).

6. CONCLUSIONES

En esta comunicación se ha explicado cómo la evolución de las economías externas ha tenido un rol importante en la transformación económica del DTT. A principios del siglo XX, la proximidad a una red de recursos orientados a la industria (infraestructuras de

transporte y servicios especializados) benefició a las empresas textiles del DTT permitiendo la disminución de sus costes de producción y de logística. Por otro lado, la aparición de economías de localización en el distrito se reflejó en la interdependencia de las empresas dentro de la cadena de valor provocando la perdurabilidad de la “atmósfera industrial” heredada del barrio de Sant Pere. Actualmente, el creciente número de CWs refleja un cambio en la naturaleza de las economías externas tanto de Barcelona como del DTT. Desde un punto de vista municipal, la orientación de Barcelona hacia una economía del conocimiento puede considerarse como la base en la que se construye la evolución económica del DTT. La generación de una ciudad innovadora atrae a empresas y trabajadores altamente cualificados. En cuanto al DTT, el distrito ofrece ventajas que estimulan la localización de CWs tales como unos estándares de calidad de vida óptimos (*Passeig de Sant Joan*). Por otra parte, la localización de empresas de restauración y culturales provoca la consideración del DTT como el nuevo Soho barcelonés (Shank, 2017). En cuanto a las economías de localización, los CWs se benefician de la proximidad de un entorno urbano innovador conformado por empresas creativas y del conocimiento. La consideración de los CWs como motores de atracción de profesionales y, consecuentemente, piezas claves en la generación de economías de localización se debe a dos factores. Por un lado, la atracción de profesionales a través del sentimiento de pertenencia (comunidad) a un entorno específico. Por otro lado, en los servicios que ofrece de apoyo empresarial o de talleres y eventos formativos o sociales.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación ha sido posible gracias a la financiación recibida a través de una beca pre-doctoral FPI (Ministerio de Industria, Economía y Competitividad ECC/1820/2014) y al proyecto CSO2013-46863-C3-2-R. Finalmente, agradecer a los entrevistados por su confianza y disponibilidad.

BIBLIOGRAFIA

- BROWN, J. (2017). Curating the “Third Place”? Coworking and the mediation of creativity. *Geoforum*, 82(April), 112–126.
- CAMAGNI, R. (2005). *Economía Urbana*. Barcelona: Antoni Bosch editor.
- CAPDEVILA, I. (2013). Knowledge Dynamics in Localized Communities: Coworking Spaces as Microclusters. *SSRN Electronic Journal*, 1–18.
- CASELLAS, A., Y PALLARES-BARBERA, M. (2009). Public-sector Intervention in Embodying the New Economy in Inner Urban Areas: The Barcelona Experience. *Urban Studies*, 46(5–6), 1137–1155.
- COLBY, C. (1933). Centrifugal and centripetal forces in urban geography. *Annals of the Association of American Geographers*, 23(1), 1–20.
- COLELL I VIDAL, A. (1989). El centro comercial y de negocios de BCN en el año 1896. En *Història urbana del pla de Barcelona. Volum 1* (pp. 441–542).
- COMUNIAN, R., CHAPAIN, C., Y CLIFTON, N. (2010). Location, location, location: exploring the complex relationship between creative industries and place. *Creative Industries Journal*, 3(1), 5–10. <https://doi.org/10.1386/cij.3.1.5>
- CRESPO, J. (2014). Ciclo de vida de los clusters: hacia una conceptualización dinámica de la evolución de los clústeres. *Economía Industrial*, (391), 125–132.
- DCMS. (2001). *Creating industries mapping documents. Demonstrating the success of our creative industries. Computer*. <https://doi.org/10.1080/09548969309364941>
- DEL ARCO, S. (2007, May 10). Los comerciantes chinos se plantean cerrar hoy por la manifestación en su contra. *El País*.
- DOT, E. (2015). La ciutat emprenedora en un context de crisi urbana: la capacitat d'adaptació del projecte 22@Barcelona (2000-2013), 273.
- FLORIDA, R. (2004). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- GANDINI, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera: Theory and Politics in Organizations*, 15(1), 193–205.
- GARRETT, L. E., SPREITZER, G. M., Y BACEVICE, P. A. (2017). Co-constructing a Sense of Community at Work: The Emergence of Community in Coworking Spaces. *Organization Studies*, 38(6), 821–842. <https://doi.org/10.1177/0170840616685354>
- GERDENITSCH, C., SCHEEL, T. E., ANDORFER, J., Y KORUNKA, C. (2016). Coworking spaces: A source of social support for independent professionals. *Frontiers in Psychology*, 7(APR), 1–12.
- GONG, H., Y HASSINK, R. (2017). Exploring the clustering of creative industries. *European Planning Studies*, 25(4), 583–600.
- HEEBELS, B., Y VAN AALST, I. (2010). Creative clusters in berlin: Entrepreneurship and the quality of place in prenzlauer berg and kreuzberg. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 92(4), 347–363. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2010.00357.x>
- HOOVER, E. (1963). *The location of economic activity* (1948th ed.). New York: McGraw-Hill Book.
- HUTTON, T. A. (2006). Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city. *Environment and Planning A*.

- JAYNE, M. (2004). *City of quarters*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- MARIOTTI, I., PACCHI, C., Y DI VITA, S. (2017). Co-working Spaces in Milan: Location Patterns and Urban Effects. *Journal of Urban Technology*, 24(3), 47–66.
- MARSHALL, A. (1890). Principles of Economics. *The Online Library of Liberty*, 1–627.
- MERKEL, J. (2015). Coworking in the city. *Ephemera: Theory and Politics in Organizations*, 15(1), 121–139.
- MUSTERD, S., BONTJE, M., KOVÁCS, Z., Y MURIE, A. (2007). *Accommodating creative knowledge. A literature review from a European perspective*. Amsterdam.
- PARRINO, L. (2015). Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange. *Knowledge Management Research & Practice*, 13(3), 261–271.
- PORTER, M. (1995). The competitive advantage of the inner city. *Harvard Business Review*, 55–71.
- PRATT, A. C. (2009). Urban Regeneration: From the Arts 'Feel Good' Factor to the Cultural Economy: A Case Study of Hoxton, London. *Urban Studies*, 46(5–6), 1041–1061.
- SASSEN, S. (2001). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- SCOTT, A. J. (1982). Locational Patterns and Dynamics of Industrial Activity in the Modern Metropolis. *Urban Studies*, 19(2), 111–141.
- SHANK, W. (2017). The new Soho? *Metropolitan Barcelona. Be Part of It*. Retrieved from <http://www.barcelona-metropolitan.com/features/the-new-soho/>
- UNCTAD. (2008). *Creative economy outlook and country profiles: Trends in international trade in creative industries*. *Harvard Business Review* (Vol. 8).
- VICENTE-SALAR, R., PALLARES-BARBERA, M., Y VERA-MARTIN, A. (2018). Análisis clúster a partir del SABI: Aplicabilidad y viabilidad en la detección de espacios económicos textiles en Barcelona, 2016. En XVIII Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica. *Perspectivas multidisciplinares en la sociedad del conocimiento*.